

最

新

网页设计 (台湾版)

Web Design

→ → → 创意结合科技 实现有限范围的无限可能

commerce M omunication Learning Entertainment Art Interactive Value Brand Infrastructure Control Language Image Feedback Data

光明日报出版社

网页设计年鉴 2002/ 情报文化 编著 - 初版 -

台北县新庄市: 情报文化科技, 2001 [民 91]

面: 公分 (资讯情报系列: 01)

ISBN: 986-80356-0-0 (平装)

1. 网页设计

312.91695

91007881

图书在版编目 (CIP) 数据

最新网页设计/台湾情报文化编著. —北京: 光明日报出版社, 2002. 12

ISBN 7-80145-647-5

I. 2 ... II. 台... III. 主页制作

IV. TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 102688 号

最新网页设计

台湾情报文化编著

☆

光明日报出版社

(北京永安路 106 号)

邮政编码: 100050

电话: 63082417

新华书店北京发行所经销

北京新丰印刷厂印刷

※

880 × 1230 毫米

1/16

20 印张

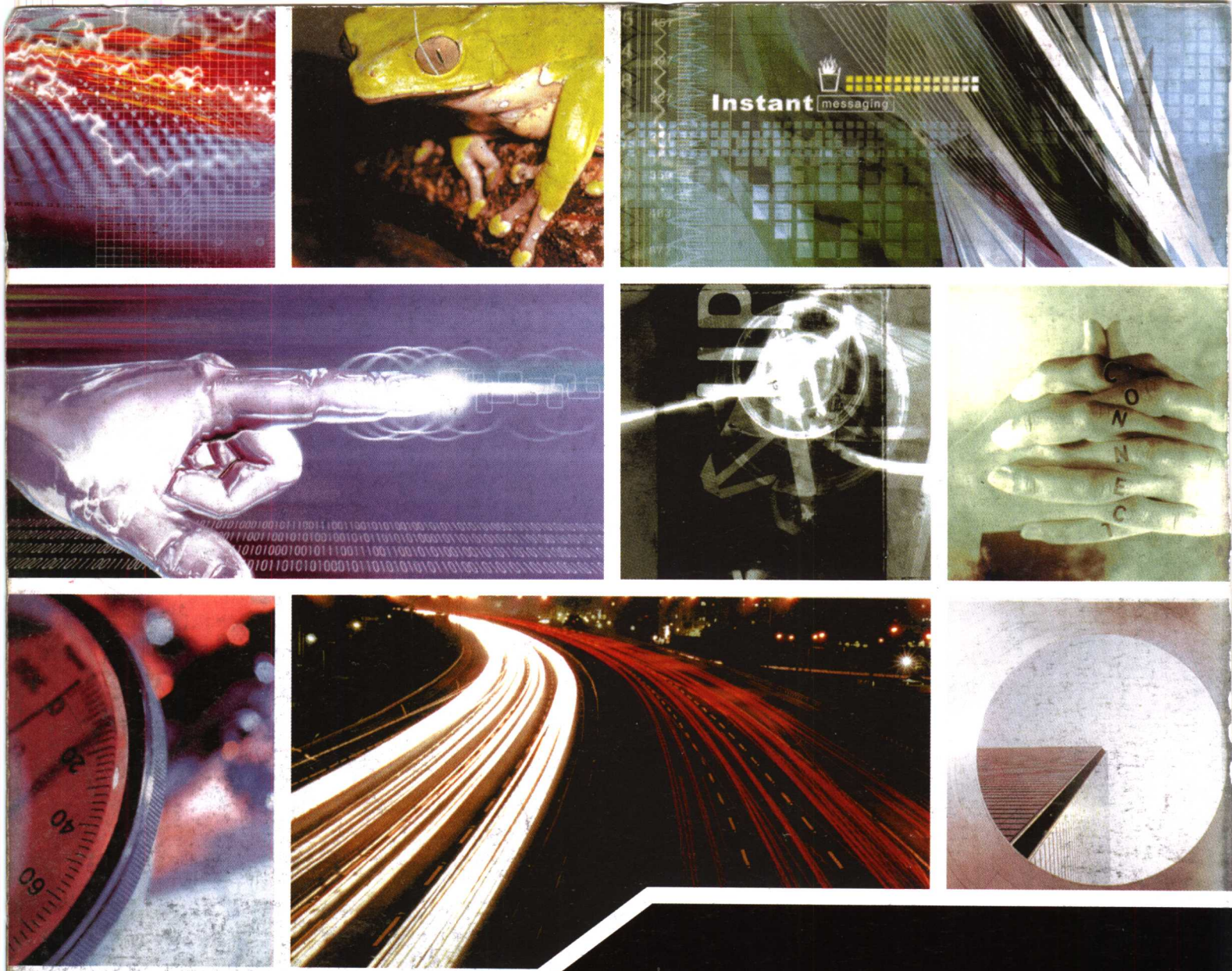
2003 年 6 月第一版

2003 年 6 月第一次印刷

印数: 1-2000 册

ISBN 7-80145-647-5/Z

定价: 198.00 元



典匠资讯 专业影象资源网

所有您创作所需的设计资源通通都在 >

www.imageDJ.com

好康尝鲜初体验!

凡网页设计年鉴读者（尚未加入 ImageDJ 网站会员者），
于活动期间内经以下网址 <http://www.imagedj.com/join-infoculture.htm>
进入本公司网页登陆成为新会员，即可免费获得 www.imageDJ.com 专
业图库网站单图下载点数值 300 点（市价 NT \$ 300 元）的实用好礼，让
您轻松体验选图下载的便利快感喔！

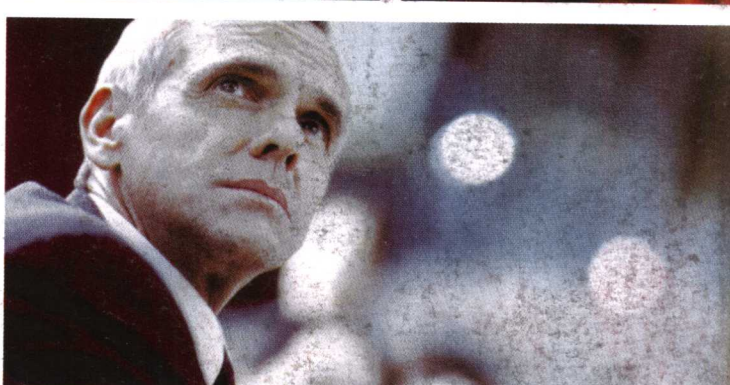
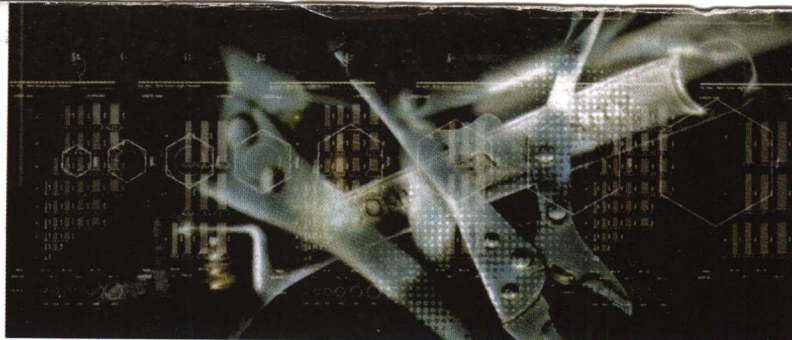
【本书读者专属福利！ 先到先享受！】



典匠资讯股份有限公司

台北市 106 仁爱路四段 25 号 10 楼 A 栋

Tel: +886-2-27513131



世界十大品牌 全球专业数位影像 尽在 ImageDJ

ImageDJ 数位影像的领导品牌，提供丰富专业影像资源，跨越时空限制，以全目录方式呈现各种素材，提供设计者无限创作资源，24 小时 online service，让您真正享受设计的乐趣！

专业影像品牌代理

des gn
Master

digitalvision®
premier royalty free publisher

DYNAMIC GRAPHICS, INC.
the image & idea company

image PRO

PhotoAlto

stockbyte

image 200
BOX

ImageState
image stock state

image 100

IMAGE DICTIONARY

image source

idream stock
Leading Digital Images Publisher

Living!ART

PowerfulTemplates

COMSTOCK
IMAGES

Artville

最·新·网·页·设·计
(台湾版)

情报文化科技股份有限公司

汇编



远见出版 出版社

科技标准下的设计美学

◆ 客观与主观

有人说艺术是主观的,设计是客观的。果真如此,那网页设计呢?既然是设计,当然还是必须要客观吧!在这次编撰这本书的时候,每每与设计者谈及与网站主沟通时所产生的问题,有沉默、有摇头、当然也免不了充满个性的大声咒骂。

暂且不论一些个人性质的网站设计作品,多数的网页设计仍然是属于商业范畴,在商言商,出钱的永远是老大,只要网站主愿意点头验收,即令最后的结果并不是设计者最满意的,多数的结局仍是结案→收款→闪人。在这种创作环境下,所谓的主、客观,“主”是网站主,“客”是客户,就是找不到设计者的观点。

设计理念与实用价值的平衡点,是否只单纯的存在于主客之间或是个人喜好?

◆ 正确的设计

网页设计是一种“科学标准的艺术创作”,听起来有点饶舌,但却是一个成功网站的基础,除去了科学标准,也就与一般的艺术创作无异了。科学标准不存在设计者与网站主的认知,而是Internet这个环境中,人、事、时、地、物经由不同的组合排列所诞生的结果;说是标准,然而这标准却又因每个网站的目标所产生差异。忽略了这道限制所产生出的网站,如同听到电台中播放出“亲爱的听觉障碍朋友,大家好……”一样的荒谬可笑。

◆ 诉求对象

网站当然是给人看的,给什么人看其中却大有学问,是全球近五亿的网路人口,还是这蕞尔小岛的800万人,或是这800万人中愿意付出代价,追求速度的150万人。在建立关于人的科学标准时,正确的浏览者族群分析是必须的;大众或小众、男人或女人、大人或小孩、老板或员工、上班族或学生……;由于浏览者的定位差异,网站的语言版本、档案大小、设计元素中的字体大小、影像处理、色彩计划、动画特效的运用与否……,所有网站上所呈现的一切要素,又岂是所谓的“创意”、“美感”能一以蔽之。

◆ 正确的设计

网站的存在意义有绝大部分是“传播”,异于传统平面、电视、电台等的形式,增添了更多的表现手法与沟通模式,因此,设计也变得更为复杂与多样化。但无论设计的型态、技巧如何改变,传达的事物本身仍然是重点,设计所扮演的应是在传递沟通过程中的辅助道具,是为了让事物本体在被接收的过程中,让接收者能够以轻松、愉悦的心情面对。忽略了事物主体的网页设计,就像裱画工人不管什么画,一律裱上金框、银框一般。为了创意、设计,而模糊网站重点的设计,绝对称不上是一个好的设计。

◆ 掌握浏览时效

资讯的量越大, 相对的每个独立资讯被人所接收的时间就越短。好的网页设计当然必须在第一时间内就要能摄取浏览者的目光, 也必须在最短的时间内让浏览者能够一目了然。一个需要考验浏览者连线稳定度、等待耐力, 还是企图测试浏览者猜谜或走迷宫本事的网页设计(除非那本是这个网站存在的目的), 也许创意一流、设计功力高超, 离正确的网页设计也还有段距离。

◆ 浏览环境因素

设计好的网站要在什么样的环境下, 最容易被接受, 这也是网页设计者必须研究的课题。浏览网页环境的复杂程度, 更是其他的传播媒体所无法比拟的, 这可不像电视尺寸或是NTSC/PAL的差别而已! 资讯科技发展的太快, 造就了环境上的差异; 旧的还没去, 新的已经来: M牌的爱用者, N牌的亲卫队; 1280的LCD, 640的CRT; 你说6.0比较好, 我说3.0能用就好; 动画/3D VR是P4的亲密爱人, 我的X86高攀不上; 你喜欢窗格衫的制服, 我酷爱七彩苹果图案的T-Shirt, 他顶着无束缚的红色帽子闲逛资讯大街……。

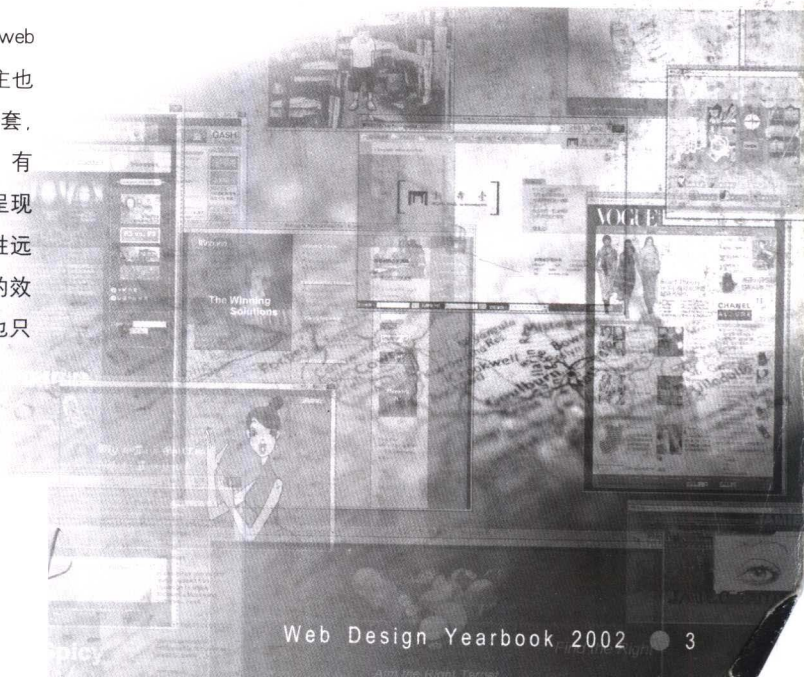
◆ 让网站加分的设计

部分的网页设计者, 在与网站主讨论设计物(web site)时, 多着重在「本业」上探讨, 而多数的网站主也近乎单纯的认为网站要好看、要有创意、要不落俗套, 若果认同上述的观点, 网页设计应不只是「设计」, 有更多的因素(人、事、时、地)会直接或间接的影响呈现物的完美、有效与否! 在商业行为中, 商品的正确性远比外表美丽来的重要, 把对的事情做好, 具有加乘的效果(正正得正); 如果事情本身已经错了, 最终的物也只能产生负值罢了(正负得负)!

◆ 诞生

网页设计绝对是艺术、是流行、也是趋势! 优秀的网页设计工作者, 除了专注于本质学能的提升外, 更需要关怀整体资讯网路环境的变迁。表面上看来, 似乎跟设计、创作工作并没有直接的关系, 但是却能建立一套属于网页设计的科学标准, 作为创作的基础。在这样的标准基础下, 相信网站主与设计者也能够建立起一套近于平衡的认知标准。

看了许多由国外知名网站设计的学术理论, 这个方兴未艾的领域里, 正有着许多「大师」准备建构起一单一的设计标准, 可供人学习参考。对于这些大师的言论, 我们认为可取其精髓, 但一旦将设计的方法定于一尊, 恐怕网站的设计也将不再有吸引力(每个网站都将长的跟多数入口网站一样, Google便是相当符合他们认知标准的网站, 但多数使用者未必觉得它设计的很好)。多变的时代, 更需有多元的思维, 在这本书中, 我们没有企图提供给读者任何一套标准答案(事实上, 这也很难办到), 唯一的企求, 是希望藉由在不同领域中所列举的各个范例, 能够协助读者朝更多元的方式去思考, 好与不好之间, 就留给读者去判断了。



关于这本书

缘

这是国内第一本的网页设计年鉴，希望这是一个开始。

说是年鉴，感觉有点沉重！根据统计调查，国内目前的连网主机已达350万部，高居全球第九名，亚太区第三名（仅次于日本与澳洲）。在网站数量如繁星般的情况下，真要挑选出值得介绍的网站，是一件极其容易却又不易的事。容易的是国内目前的网页设计水平相较与美、日国家亦未遑多让；不易的是，每件作品均十分优秀，碍于篇幅，在取舍间难免有遗珠之憾。

邀

以往大多类似的出版品，其作品取得均是以募稿的方式进行，经过评选后，方才进行相关编辑作业。这类的做法，对于出版社而言是一种较轻松的方式，然而其缺点便在于所募集之稿件数量不够多的情况下，更多优秀的作品反倒不容易被读者欣赏（以日本2001的年鉴为例，主动参与的网站仅431件）。因此，在这本书编辑之初，我们决定用邀稿的方式进行，投入更大的资源，扩大评选的标的，希冀让读者能够欣赏到更多不同设计风格、不同型态的网站。

选

在评选所收录的网站时，我们尽可能的收录各种不同类型的网站，包含了商业、教育、机关团体、及个人网站，而其中以商业网站为大部分。虽然这是一本关于网页设计的书，但对于设计的定义是广义的，不仅着重在创意的表现或设计的技巧，更希望收录的标的是实用的、有效的！

对于广义的设计而言，好看、创意并不能代表这就是一个好作品；能够有效的传达出网站的精神，以建立实用价值为最终目的，而“设计”在这过程中扮演的不是主角，而是一个能让主角发挥最大演技的舞台。正如同国际知名的网页设计师 Andrew Chak 说：“不要画蛇添足！让使用者做你想让他们做的事。不要强行把你的图形、Flash 和方法论推销给使用者，让他们自行其事。从使用需求面来设计，不要为你自己的业务而设计。”

编

书中所收录的每一个网站均是完整度相当高的网站，我们尽可能的在有限的篇幅中，表现出整个网站的设计架构。由于画面从荧幕上转至平面印刷，有部分网页上的文字与图形，并不是那么的清晰，但整体的设计感与网页的编排构成，相信仍具有一定程度的参考价值。在摘录页面的选择上，同质性较高的页面设计，我们会将其省略，尽量让读者能够欣赏到同个网站内不同的设计变化。

在每个网站的介绍里，主要分为三个部分：一为网站的赏析及说明，透过简短的文字，使读者明白该网站设计的重点；其二为网站的基本资料，这部份均是由网站主或设计单位所提供，亦是网站的设计者列表；最后为网站的设定资料，包括了各项设计工具的陈述及浏览环境的设定。



用

For Web Designers

对于刚进入网页设计这门领域的读者,希望这本书可以作为学习、实作时的范例参考,在书中有部分范例,也许读者在乍看之下感受不到所谓的创意或设计,但在结论之前,建议读者可以仔细思考这个网站存在的目的,毕竟设计要有效、正确,不单只是好看而已。

部分资深的网页设计工作者,或许已经不需要从这本书得到一些设计的技巧或方法,但观摩一下其他人的作品,也未尝不是提升设计能力的一种管道。而书中所收录各种风格迥异的网站,也可作为日后在设计作业时与网站主沟通的最佳工具,经由这本书以实例的方式探知网站主的需求属性。

For Web Owners

比较敏感的读者也许已经发现,这本书所收录的企业网站,多是所谓的标杆企业,也就是所谓的大公司。会产生这样结果的原因,可不是编辑人员的私心作祟,而是因为标杆企业在这部分所投入的各项资源均较一般中小企业来得多,所产出的结果自然较好。除了资源差异所造成的现象,更有绝大多数的原因是重视程度的不同。

在经历过世纪末的网络经济风暴后,不少企业主闻网色变,这种现象造成企业对于网路却步,甚而漠视。网路在金融、投资、股市上的变化,暂且不讨论,但我们始终相信,风暴或者泡沫之后,对于网路只是经济价值上的定义不同,事实上,网路的本质及其能对人类社会所带来的影响并不会因此改变或衰退。

至少,我们希望这本书的出版,能够稍微激励起企业主对于网站的重视,或许在现阶段网站对于多数企业而言是一项支出,即令有收益,可能也是占整体营收比重

的少部分。然而,网站对于企业的价值,应该不是由财务报表上的数字来做判断,只要运用得当,可以是企业形象的证明,是与外界通连的管道,是商店、也是展示空间,也可以是宣传、媒体的另一种方式,而这些型态在这本书中都将得到证明。

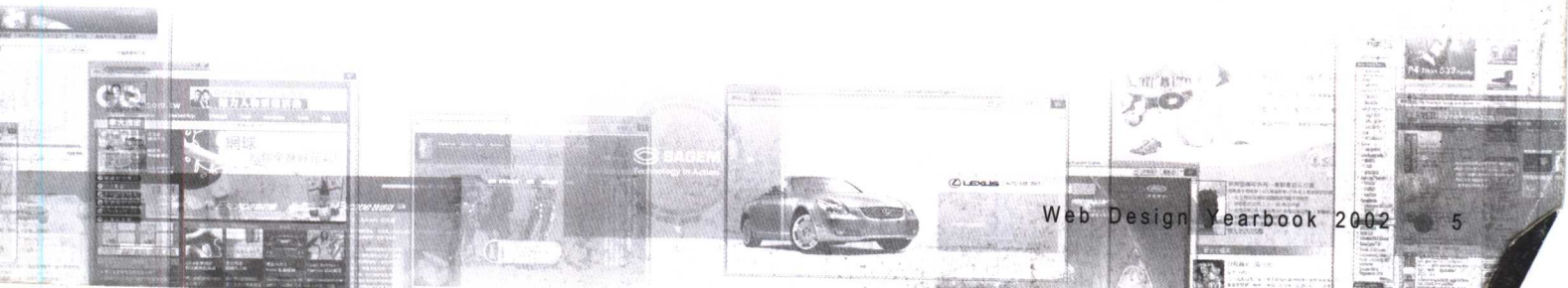
歉

“美中不足”是出版这本书最多的感触。

正如之前所说,在浩瀚网海中,我们竭尽所能亦不能掌握这多如繁星的网站于万一。对于许多未能编录进这本书的网站,一方面除了遗憾,更对读者有着力有未逮的歉意。

谢

这本书能够顺利出版,最大的功臣便是书中所收录网站作品的创作者,因为有他们的热情创作,也才有这本书的出现!对于所有网站主,我们也同样感谢,由于他们的不吝分享,这许多作品才能齐聚一堂。在编辑过程中,感谢许多企业内的公关、行销、法务、资讯等相关人员,协助我们顺利取得网站授权转载。更有许多设计工作者热情的提供他们的作品、经验、心得,感谢他们的鼓励与支持,每一通电话、每一封电子邮件,都是编辑会议中的最佳良药。



导读说明

前面已经约略说明关于这本书的一些编撰动机以及背景,现在再利用一些篇幅来说明读者在阅览这本书时,所必须注意的一些事项,及如何发挥这本书对于读者的价值:

学习

对于部分刚开始进入网页设计这门领域的读者,在开始创作属于自己的作品之前,一定要先多方参考一下别人的网站,吸取一些优秀的创作经验,作为日后的创作后盾。多数的网页设计人员,在选择参考范例时,多会选择一些看起来很炫、很有设计感的作品,如果是这样,我们建议您跳至最后一个章节「个人网站」,相信能满足您追求创新的创作欲。事实上,我们并不建议读者这样做,“网页设计”绝大多数而言,仍属于是一种商业行为,也就是说,它可能是您目前正在从事,或是未来计划的工作目标,而不单是兴趣。如此,相信本书能够带给您的效益,会远大于前者。除个人网站外,这本书一共分为12个目录,内容均为我们从各行各业中挑选出的优秀网站,在呈现的风格上,也尽量避开重复性较高的网站,希望对读者在日后在设计工作时,有个参考的依据。不讳言地,碍于篇幅,我们无法将所有行业尽数罗列,只能挑选目前市场的主流来做介绍,而这也是希望能够满足读者在工作上的需求,这也是为什么我们收录科技资讯类的网站多余其他类别(这是目前市场对于网站设计需求最大的产业)。

另外有一点必须强调的,这本书想要传达给读者的,不只是“设计”(当然这是重点),更希望藉由一些不错的网站,跟读者分享其中关于网站的内容、经营、规划、行销等各项领域,而要成为一个优秀的网站设计师,相信这些专业的素养是必须的。

参考

对于已经在网页设计领域里工作一段时间的读者,这本书对于您的创意启发或许有限,然而一个成功的设计师必须能有多元的设计风格来符合不同业主的需求(除非您打算一招半式闯江湖),那么,您不妨多看看在不同的领域中,不同的设计应用,相信对于工作上仍会有些许助益。此外,在部分的「网站赏析」中,除了对于网站的设计提出重点来讨论,也针对部分的不足提出来供读者参考,而这些不足之处,仍是目前多数网页设计时所常被忽略的项目,至于这些心得分享或许流于主观(编辑群的观点),但也不妨将它视为是一群使用者在浏览过后的心得。

老实说,国内目前网页设计的发展仍未臻成熟,至少对于使用者测试这一环,可以说绝大多数的网站都没做。常见的情况是业主ok、设计单位ok,然后网站ok。我们必须说,这不是一个正确的做法,试想,网站可不是给这些相关人或单位看的,可以确定的是,当网站做完后,业主或设计师重复浏览的机率肯定不高!忽略使用者的用后心得,可以说是通病。在这点上,我们至少希望能够扮演起一个这样的角色。



沟通

不管您是新手或前辈,在创作或接案时,与业主的沟通是必然的。在很多情况下,因为这个动作处理不好,而使得整个设计案不能成局或夭折的情形屡见不鲜。沟通除了谈话,适当的准备工具是必要的;在此建议读者不妨将这本书作为沟通工具,就好像我们在一般采购行为所看到的样品一样,有个依据,双方在谈起来时也会更容易解彼此的想法,而不是一堆抽象的语言中,由猜想变成猜疑。

纪录

“改版”在网络中是再普遍不过的情况,在这虚拟的世界中,有许多优秀的网站从此就存放在在业主的备份资料中,后人往往也失去欣赏的机会。这是这本书的另一价值所在,虽然限于平面出版,我们无法将这份纪录做的非常详实,但至少能够保留一些值得大家欣赏的标的,而这本书希望只是个开始,在往后的日子里,仍旧希望能够担负起这个记录台湾网页设计历史的角色。

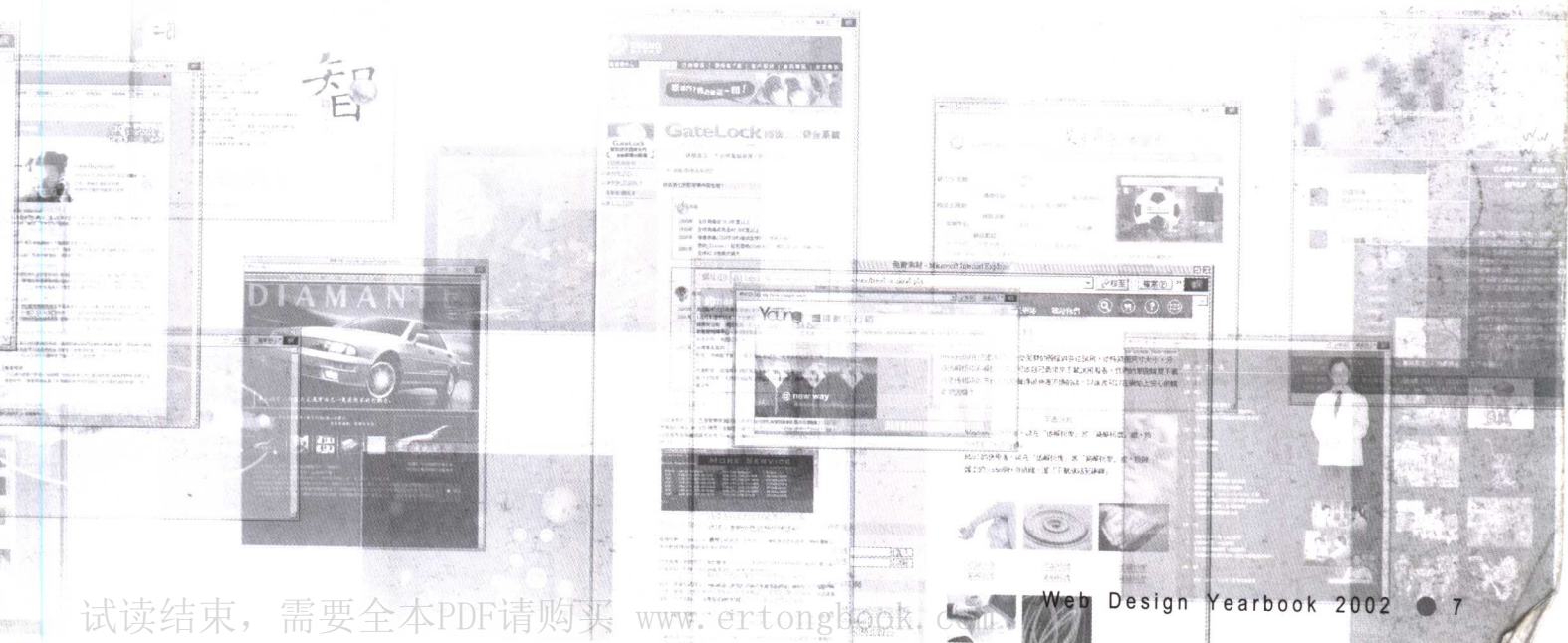
缩写说明

■ 设计资讯

CL:Client	网站主
AG:Agent	制作代理商
CD:Creative Director	创意指导
AD:Art Director	美术指导
PL:Planner	网站企化
ED:Editor	网站编辑
CG:Computer Graphic	影像设计
IL:Illustrator	插图绘制
PH:Photo Graphic	摄影
SO:Sonification	音乐制作
WR:Writer	文案设计
TR:Translator	翻译
HT:HTML Coding	网页编译
SA:System Analysis	系统分析
PR:Programer	程式设计

■ 环境说明

OS:Operating System	网站系统
WS:Web Server	网页伺服器
AS:Application Server	应用伺服器
AP:Applications	应用软体
PR:Programs	程式语言
DB:Data Base	资料库
BR:Browser	浏览器支援版本
DP:Display	浏览最佳解析度



Content

目录

汽车

132

生活消费

150

女性用品

166

多媒体设计

66

资讯科技

24

概论：设计法则

10

导读说明

关于这本书

编辑序：科技标准下的设计美学

2 4 6

声明

索引

推荐网站

3
1
6

3
1
4

3
1
0

个人网站
270

学术教育
246
政府机关
260

文化艺术
232
健康医疗
238

食品饮料
184
休闲娱乐
204

Web 设计 Know-How

计 法 则

Web Plan

12 从企划谈起

Usability

14 易用度设计

Web Color

16 关于色彩

Web Layout

18 版面配置

Image & Symbol

20 影像与符号

Management

22 经营与管理

从企划谈起

你要做什么样子的网站?

网站由于需求的不同,呈现的方式也不同。例如以画面调和及整体感觉为诉求的形象网站;以功能强大及强调服务为诉求的购物网站;以资料庞大及搜寻健全为诉求的内容网站;以面面俱到及多采多姿为诉求的入口网站;以自我风格为诉求的个人网站;以公司作业为主的内部网站……等等。

网站的目不同,诉求对象也不同,在谈设计之前,最好先搞清楚你的网站是要给谁看的?而这些对象的使用习惯、浏览的环境差异、使用者爱好等等,都是必须研究探讨的范畴,而设计者也必须对这些看似与设计无关的背景因素有着程度上的了解!

网站企划一般产品企划类似,但可千万不要忽略这个动作,它可是网站成败的重要关键,一份可被执行的网站企划,必须经过网站主与设计师双方所认可,也是在制作时的教战守则,下面我们列举一些网站企划中,所常被探讨的课题:

网站的成立宗旨

简单的说,就是“为什么要做这个网站?目的是什么?”。这是属于开宗明义第一章,也是创作一个网站的思考起点。在这个环节中的思考所得,也直接的影响到设计时的各项环境设定、表现风格、技巧特效等。举个例子来说,如果你现在面对的是一个电子组件的企业网站,然后业主告诉你,这个网站主要是提供企业的相关产品资讯及服务给既有的客户参考,并进行商品的采购、询问的商务事宜。我们用一句很简单的话勾勒出这个网站的宗旨,接下来设计者必须思考的是:

1. 客户在哪里?是华人还是国外客户?这直接的就牵涉到网站的语言设定。

2. 客户的浏览环境是什么?虽说现在新电脑的规格、配备不断提升,但这可并不表示所有的人都是用最新的电脑在使用你设计的网站!如果有空去参观一些企业内的资讯环境,你不难发现P-III以下的电脑仍普遍存在,再检查一下浏览器的版本,哇……是4.0,看看显示器设定,15",640*480……。(规模越大的企业,员工的资讯环境,高低水平落差越大,普遍来说,除了资讯人员外,用的都是旧电脑,而这些旧电脑的使用者,却是你主要的浏览群众。)这下你可能已经知道你设计的网站至少要被这些环境接受,千万不要认为有人会因为你的设计去更换电脑!

3. 以上所提,都是一些很基本的观念,但设计者却常忽略的小问题,设计者绝大多数都认为这无关设计,其实不然。再就这个例子讨论下去,很明显地,这个网站要强调的是资讯及商务服务,是以功能服务为导向,当然设计也必须在这个前提下完成。像是商品陈列画面的设计,部分设计者为求画面美观,可是功力全开,配色、版面配置都是一流的佳作,但很可惜的,这些表现创意的“设计”,在使用者透过黑白雷射列表机印出来,当成文件签呈在公司流通时,这样的设计用处有多大?很可能的是,黑白列印出来,栏位与栏位内容常常分不出来;过度强调版面变化,结果印出来图像文字超过列印范围……。

当然牵涉到网站的设计因素,绝非只有上述那几点,要提醒设计者的是,在设计之前必须跟业主一同将这些观念厘清,透过网站设立宗旨的定义,将可使你的设计变为更有效的设计,而非好看而已。

相关网站的调查

“他山之石，可以攻错”，设计网站可千万不要闭门造车，尤其是在跟业主或是相关人员讨论网站的设计走向时，最好能够事先准备一些竞争网站的资料，可以试着去分析其他网站的环境设定、配色参考、功能的设计等等。这可不是在教你仿冒或盗用他人的智慧创作，而是去研究他人成功的因素。就像开店一样，为什么开在麦当劳或是大型超商附近的商店，生意都不会太差？因为这些店在开设地点上均经过较详细的市场评估，包含人潮、该地区的消费潜力等等。而一般小店原则上都不会去做这些事，于是借力使力，自然的成功机率也较高。

这也是这本书出版的重要目的，希望透过各类型网站的整理收录，提供给设计者更多的参考范例，也可省去许多的资料收集时间。

制定需求功能及网站架构

这部分当然也可藉由一些成功网站参考而得，但是仍必须根据实际的情况加以改变。举例来说，像是“Site Map 网站地图”是在很多网站上都会见到的，但其存在的目的是为了辅助一些功能选项及单元内容很多的网站，方便使用者的一种导览机制，对于一些只有寥寥数页的网站而言，这样的机制就显得多余。另外像是网站的层级架构分配，也是许多设计者常忽略的地方，例如像“公司简介”，如果所描述的内容不多，大可在一个单元或画面内表现完毕，至多利用锚点(Anchor)的做法来区隔；但如果内容繁多，下面又还分为企业远景、经营团队、股东阵容……等等，则可能必须用次选单的方式表现。功能需求或是网站层级的多寡，并没有一个标准，但无论多寡，都必须要做一透彻的分类，而不是所有的内容都挤在一起，或是把差异性极大的内容归在一类，而目前绝大多数的使用者在浏览网站时，也都倾向在一大范围内，去寻找相关讯息，因此内容的分类、讯息的集中或分散等，都是必须考虑的范围。

分配执行阶段

不要想着要一次把网站做完、做好，通常有着这种想法的网站，可以肯定的一点是上线的时间一再的延迟，进而错失了商机。在期初的规划上，当然必须要有完整全盘的架构计划，但在实际的制作过程中，应该切割成不同的上线阶段，这样的做法一方面可以降低制作时的压力，另一方面也可根据已上线的市场反应，修改日后的方向，不至于一步错而全盘错，这是设计网站与设计其他产品很大的不同点。

在许多网站上，有未完成的功能或是内容，通常都会打上“建置中”或是“Under Construction”的说明，我们并不建议这样做，这会让使用者有不好的印象。与其告诉众人还没做完，或许应在已完成的部分中保留部分的延展空间，日后再予以补足，或许会更恰当。(记得一件事，不要让使用者觉得自己是实验作品的白老鼠！)

一个好的设计，必须是思考过后的创作行为，这个行为我们叫做「企划」。但由于许多企业内的作业分工，降低了许多设计师思考的机会，很多设计变成一种只动手不动脑的创作机器，即令动脑，也只是在美学或是视觉的部分。虽说术业有专攻，但我们仍认为设计必须加入更多的想法，而非单纯的创作，如此的设计创作方能具备更多的实用价值及内涵，成为内外俱美的作品。

